

4. ТМ «Домінік». Сайт ПАТ «Полтавакондитер». – URL: <http://dominik.ua> (дата звернення: 04.02.2019).
5. Serpstat. Багатофункціональна SEO-платформа: сайт Serpstat. – URL: <https://serpstat.com/uk/domains/index/> (дата звернення: 04.02.2019).
6. Рішення про тимчасове припинення виробництва харчових продуктів. Головне управління Держпродспоживслужби у Полтавській області. – URL: <https://i1.poltava.to/uploads/2019/02/2019-02-12/polvet-07.02.2019.pdf> (дата звернення: 12.02.2019).

НЕВЕРБАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ПЕРЕГОВОРІВ

В. Б. Бойко, студент спеціальності Менеджмент, група МЕН-11
Н. Л. Кужель, асистент кафедри менеджменту – науковий керівник

Під комунікацією розуміють процес обміну інформацією між двома або більше особами, який забезпечує їх взаєморозуміння.

Для здійснення процесу комунікації необхідні, принаймні, 4 умови:

- 1) наявність щонайменше двох осіб;
- 2) наявність повідомлення;
- 3) наявність каналу комунікації;
- 4) наявність зворотного зв'язку.

Виділяють вербальні і невербальні комунікації.

До вербальних засобів відносять людську мову в різних її формах.

До невербальних засобів комунікації відносяться: пантоміміка, зовнішній вигляд, поведінка, предмети, запахи, звуки, кольорова гамма.

У наш час задля більшого узгодження інтересів, цінностей все частіше доводиться вдаватися до переговорів. Розглянемо, як використовуються невербальні комунікації під час ведення переговорів та на що слід звернути увагу.

Переговори – це вид спільної з партнером діяльності, як правило, спрямованої на вирішення проблеми. Під час переговорів невербальні знаки можуть розповісти партнерам інформацію, яку іноді бажають приховати.

Для підтримання атмосфери доброзичливості і співробітництва фахівці з невербальним спілкуванням рекомендують широко використовувати прийоми «віддзеркалювання» співрозмовників.

«Віддзеркалювання» – копіювання жестів і поз партнерів, наслідування гучності голосу, інтонацій і темпу мови – має велике значення в процесі комунікації, оскільки це один із способів показати співрозмовникам, що ви з ними згодні та вони вам імпонують і навпаки.

Також потрібно не забувати про відстань між співрозмовниками.

В Україні особиста відстань (під час розмов на конференціях, зустрічах, прийомах) становить 0,4–1,5 м.

Для успішного спілкування з іноземцями варто враховувати етнічні особливості їхньої особистої дистанції, оскільки незручна для співрозмовника дистанція під час розмови може несвідомо сприйматися чи й свідомо трактуватися як вторгнення в особистий «життєвий простір» або ж як відчуженість, небажання йти на зближення тощо.

У процесі ділової комунікації в деяких країнах, приміром в Індії, поклони можуть також бути індикатором вдалих чи невдалих бізнес-переговорів. Так, наприклад, шанобливий глибокий уклін під кутом до 90° наприкінці ділової зустрічі свідчить про успіх. І навпаки, швидкий, короткий поклон може означати незадоволення результатами переговорів.

Під час переговорів важливо спостерігати за очима партнерів, особливо за розміром зіниць і рухом очей.

Якщо людина збуджена, зацікавлена чимось, або перебуває у піднесеному настрої, його зіниці розширюються в 4 рази в порівнянні з нормальним станом. Сердитий, похмурий настрій змушує зіниці звужуватися.

Щоб встановити партнерські відносини з іншою людиною, ваш погляд повинен зустрічатися з його поглядом близько 60–70 % всього часу спілкування.

Слід звертати увагу не тільки на довготу і частоту погляду, але і на частину обличчя і тіла, на яку спрямований погляд.

А. Піз наводить таку класифікацію поглядів [2]:

- діловий погляд;
- соціальний, або світський, погляд;
- інтимний погляд;
- погляд скося;
- прикриті повіки.

Головне правило інтерпретації знаків невербального спілкування полягає в тому, що їх не можна розглядати ізольовано один від одного: необхідно враховувати весь комплекс супровідних їх знаків і жестів.

Не можна трактувати жести окремо від контексту їх прояву.

Варто враховувати національні і релігійні особливості невербальної комунікації.

Слід пам'ятати про «другу натуру» – роль, яку грає людина. Роль може бути обрана для маскування.

На переговорах можна застосовувати лише зрозумілі обом сторонам жести. Інші невербальні засоби можуть розглядатись як «нечесна гра».

Отже, грамотне застосування мови поз і жестів є дієвим способом скласти позитивне враження на співрозмовника і досягнути успішного завершення переговорів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бардієр Г. Бізнес-психологія / Г. Бардієр. – Москва : Генеза, 2002. – 412 с.
2. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли других по их жестам / Пиз А. – Москва, 2000. – 188 с.
3. Солошук Л. В. Принцип координативної взаємодії вербальних та невербальних компонентів комунікації / Л. В. Солошук // Мовні та концептуальні картини світу : зб. наук. пр. – Київ : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2005. – С. 7–11.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ РОБОТИ ОПЕРАТОРІВ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВ «РГК «КОНТАКТ ЦЕНТР»

Ю. С. Підпригора, *магістр спеціальності Бізнес-адміністрування, група БА м ПВ-61*

В. Ф. Іванюта, *науковий керівник, д. е. н., професор кафедри менеджменту*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ТОВ «РГК «Контакт центр» – є внутрішнім (корпоративним) контакт центром, що функціонує у системі групи компаній Регіональна газова компанія та здійснює обслуговування споживачів газу в Полтаві та області. Одним із ключових показників конкурентоспроможності у даному випадку виступає якість обслуговування клієнтів компанії.